

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seperti yang kita ketahui *fashion* merupakan salah satu hal yang membawa perubahan besar dalam era globalisasi. Tren *fashion* begitu cepat berubah dari model satu ke model lainnya. Dalam industri *fashion* tidak hanya bergerak pada satu aspek saja, namun dalam berbagai aspeknya saling berkaitan. Indonesia pada saat ini memiliki target untuk menjadi tren *fashion* muslim untuk beberapa tahun kedepan. Untuk itu semua pelaku industri *fashion* dan pemerintah harus saling memberikan kontribusi yang nyata untuk dapat merealisasikan harapan tersebut.

Industri *fashion* semakin berkembang di dunia maupun di Indonesia. Di Indonesia saat ini sudah banyak perusahaan – perusahaan retail baru yang bermunculan, hal ini akan menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Wakil Ketua Kadin Bidang Perdagangan Benny Sutrisno mengatakan “Sebenarnya ada beberapa penyebab turunnya penjualan retail saat ini. Pertama, daya beli masyarakat menurun meski gaji naik. Namun kenaikan gaji tersebut kalah cepat bila dibandingkan kenaikan harga kebutuhan sehari – hari”. (Novalius, 2017)

Beliau menambahkan “ yang kedua penyebabnya adalah bisnis dari *offline* yang menjadi *online*. Itu yang membuat penurunan perdagangan pada sektor retail,” ujarnya. Berdasarkan data penjualan Asosiasi Ekonomi Politik Indonesia (AEPI) hingga akhir Mei 2017 tercatat penjualan menurun drastis. Pada bulan

Mei tercatat mencapai 4,6% pertumbuhannya atau turun dibandingkan kuartal II di 2016 sebesar 9,5%. (Novalius, 2017)

Begitupun juga pada salah satu *chain store* di Jakarta, Indonesia. Seperti yang dilansir **CNBC**, Jumat (15/12/2017), penjualan H&M pada September - November menyusut 4% atau 2% dalam mata uang lokal menjadi US\$ 5,97miliar". (Jefriando, 2017)

Sebelumnya, Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto mengatakan bahwa hingga saat ini daya beli Indonesia masih membaik. Hal ini dibuktikan dengan kenaikan konsumsi masyarakat dibandingkan triwulan sebelumnya. "Konsumsi rumah tangga tumbuh signifikan 4,95% ini buktikan bahwa daya beli masyarakat masih kuat. Daya beli tidak turun masih tumbuh kuat," ujar Suharyanto di Kantor Pusat BPS, Senin 7 Agustus 2017. Dari fakta diatas juga dapat dipastikan penurunan omzet retail bukan karena daya beli masyarakat yang kurang. (okezone.com)

Terdapat kemungkinan bahwa penyebab ritel fashion menurun karena kurang adanya inovasi dan ide kreatif dalam mengembangkan produk yang akan dijual. Hal ini merupakan tugas seorang *fashion buyer* dalam usaha memilih produk yang akan dijual dan diteruskan ke konsumen.

Fashion buyer merupakan salah satu pelaku industri dalam bisnis *fashion* yang berperan sebagai *clothing retail* di tempat mereka bekerja yang bertanggung jawab dalam pemilihan produk yang akan dijual dan koleksi yang akan dipasarkan. Menjadi *fashion buyer* harus memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi tren fashion terkini yang sedang berlangsung dan digemari

masyarakat, mulai dari segi material, corak, potongan, warna hingga aksesoris yang ada pada pakaian tersebut, menjadi konseptor dalam alur penjualan busana sesuai dengan kelompok konsumen dan kebutuhan serta keinginan konsumen yang telah menjadi target market, menjadi penghubung antara toko dan *supplier* dalam permintaan produk sesuai dengan siklus popularitas produk, mengamati dan menganalisis hasil penjualan busana sebagai riset pasar guna evaluasi produk, memilih dan memastikan pola, motif dan desain pakaian yang akan diproduksi. (Primarani, 2016)

Adapun kualifikasi yang harus dimiliki oleh seorang *fashion buyer* yaitu memiliki kemampuan desain, berwawasan luas mengenai fashion, paham mengenai bahan, pola pakaian, dan mampu membuat dan membaca budget pembelian.

Profesi ini sangat penting dalam retail karena jika seorang *fashion buyer* pada perusahaan-perusahaan retail tersebut mempunyai kompetensi yang bagus. Maka retail – retail pun diharapkan akan tetap berkembang dan mampu bersaing dengan retail – retail baru yang terus bermunculan. Yang akhirnya menciptakan persaingan yang kuat dan sehat, tanpa harus kehilangan pelanggan. Apalagi sekarang ini Indonesia dan Negara Asia lainnya sedang dihadapkan dengan MEA (Masyarakat Ekonomi Asean).

Profesi sebagai *fashion buyer* ini sudah ada sejak tahun 2014 seperti yang dilansir oleh Republika.co.id yang mengatakan “Sektor ekonomi kreatif membuat banyak profesi yang dulu tak menarik, kini kian dilirik. Salah satunya ada profesi *fashion buyer* (Rezgisari, 2014). Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan

mahasiswa tata busana, banyak dari mereka yang tidak mengetahui profesi ini kebanyakan dari mereka hanya pernah mendengar istilahnya saja. Maka kemungkinan profesi ini masih belum begitu melekat di telinga, khususnya Mahasiswa Tata busana Universitas Negeri Jakarta.

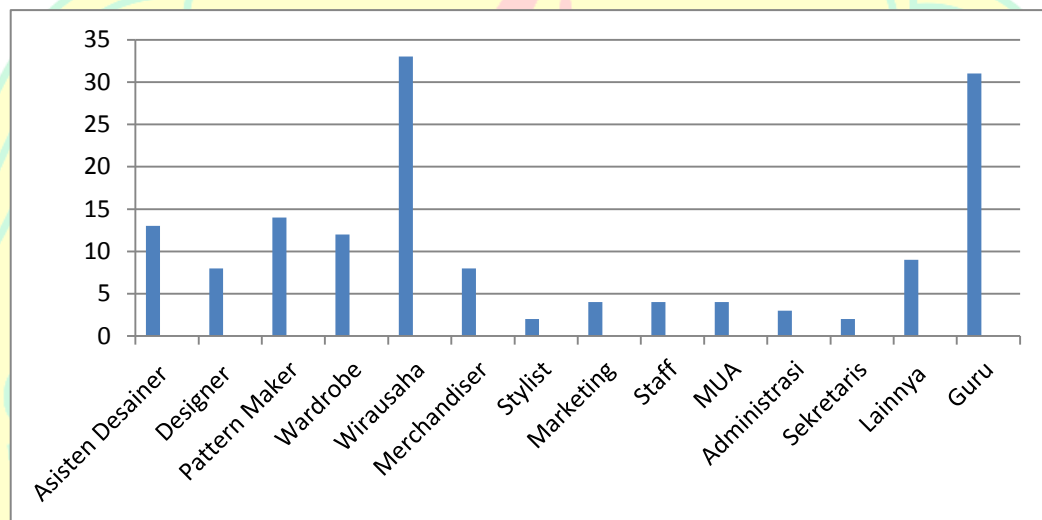
Pendidikan Tata Busana merupakan salah satu Program Studi yang terdapat di Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Salah satu Mata Kuliah Bidang Keahlian dan Penunjang yang harus diikuti oleh seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Busana adalah *Merchandise*.

Merchandise merupakan salah satu mata kuliah bidang keahlian dan penunjang yang diselenggarakan pada semester enam dengan bobot 2 SKS. Mata kuliah ini sudah ada sejak angkatan 2011. Inti pengetahuan yang akan diperoleh mahasiswa dari mata kuliah *merchandise* ini yaitu untuk memahami segmentasi pasar, perilaku konsumen dan perkembangan fashion terkini. Mahasiswa juga mulai diperkenalkan tentang apa itu ritail, menata toko, memulai usaha bisnis, dan kesulitan dalam dunia retail. Wawasan mengenai hal ini menjadi *point* penting untuk menjadi bekal bagi mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Busana. (Pedoman Akademik, 2014)

Berdasarkan Tracer Study tahun 2018 tercatat mahasiswa busana UNJ belum ada yang terjun kedalam pekerjaan ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Damayanti kepada lulusan Program Studi Pendidikan Tata Busana yang lulus pada tahun 2014 hingga 2017 menyebutkan lulusan yang bekerja di bidang non pendidikan sebanyak 116 orang dan Tracer Study yang dilakukan oleh Nur Hadwiyati lulusan yang bekerja di bidang pendidikan sebanyak 31 orang. Jenis

pekerjaan yang paling banyak dilakukan oleh para lulusan busana yaitu Desainer, Asisten Desainer, Pattern Maker, Merchandiser, Wardrobe, Wirausaha, Stylist, Marketing, Staff, MUA, Administrasi, Sekretaris, dan lainnya.

Lulusan Program Studi Tata Busana S1 Lulusan Tahun 2014-2017 di Industri Busana



Gambar 1.1 Diagram Lulusan Program Studi Tata Busana S1 Lulusan Tahun 2014-2017 di Industri Busana

Menjadi seorang *Fashion buyer* memerlukan kesiapan. Kesiapan sangat perlu diperhatikan dalam suatu proses, karena jika mahasiswa sudah memiliki kesiapan menjadi seorang *Fashion Buyer*, maka hasilnya akan memuaskan dan diharapkan mampu membawa perusahaan retail tersebut mampu bersaing dalam era globalisasi dengan kuat.

Pekerjaan ini sangat layak untuk dicoba selain prospek kerja yang menjanjikan tapi juga karena kompetensi yang dibutuhkan untuk menjadi seorang *fashion buyer* sudah dimiliki oleh mahasiswa tata busana untuk menjadi bekal

bagi mahasiswa Tata Busana yang memiliki minat untuk bekerja di dunia industri sebagai *fashion buyer*. Kesiapan yang dibutuhkan untuk menjadi *fashion buyer* dapat memanfaatkan hasil belajar yang diperoleh mahasiswa tata busana selama menjalani studi melalui mata kuliah Merchandise. Teori yang diberikan selama proses mata kuliah berlangsung mencakup kemampuan yang harus dimiliki seorang *fashion buyer*.

Berdasarkan data diatas *merchandise* sudah ada sejak tahun angkatan 2013 akan tetapi, berdasarkan *tracer study* angkatan 2013 belum ada yang menjadi *fashion buyer*. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menjadi *fashion buyer* salah satunya adalah kesiapan, mengapa mata kuliah *merchandise* ini sudah diajarkan tetapi lulusannya belum ada yang menjadi *fashion buyer*. Mungkin dengan belajar *merchandise* ini belum bisa mengidentifikasi seseorang mampu menjadi *fashion buyer*. Maka dari itu peneliti ingin melihat “Hubungan Hasil Belajar Merchandise dengan Kesiapan Mahasiswa Tata Busana untuk Menjadi Fashion Buyer” pada mahasiswa Pogram Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion angkatan 2014-2015 Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka peneliti mengidentifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan hasil belajar merchandise dengan kesiapan mahasiswa tata busana menjadi *fashion buyer* ?
2. Bagaimana kesiapan yang dimiliki oleh mahasiswa tata busana untuk menjadi *fashion buyer* ?

3. Bagaimana hubungan mata kuliah *merchandise* dengan kesiapan mahasiswa menjadi *fashion buyer* ?
4. Apakah mata kuliah *merchandise* dapat membuat mahasiswa tertarik untuk menjadi seorang *fashion buyer*?

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya. Maka permasalahan dibatasi pada :

- Responden : Mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion angkatan 2014 - 2015.
- Tempat : Kampus A, gedung H, Universitas Negeri Jakarta.

1.4 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah, dan pembatasan masalahh. Maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

“Bagaimana Hubungan Hasil Belajar *Merchandise* dengan Kesiapan Mahasiswa Tata Busana Untuk Menjadi *Fashion Buyer*?”

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Memberikan pengetahuan mengenai profesi sebagai *fashion buyer* kepada mahasiswa.
2. Mengetahui kesiapan mahasiswa tata busana untuk menjadi *fashion buyer*.

3. Memberikan gambaran terhadap hubungan mata kuliah merchandiser dengan kesiapan mahasiswa untuk menjadi *fashion buyer*.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari uraian pada latar belakang yang telah digambarkan, kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya agar dapat menjadi referensi atau mengembangkan teori dan konsep yang nantinya diharapkan dapat dipergunakan oleh peneliti lain dalam melakukan hal yang berkaitan dengan minat mahasiswa untuk menjadi *fashion buyer*.

2. Bagi Kampus dan Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada pembaca/mahasiswa tentang pekerjaan sebagai *fashion buyer*. Dan mahasiswa dapat mempertimbangkan dan mengetahui lebih banyak mengenai profesi/pekerjaan di bidang *fashion buyer*.